



Munich Personal RePEc Archive

Social responsibility of the private sector and its role in sustainable development of the Kingdom of Saudi Arabia

Hussein Elasrag

April 2014

Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/54977/>

MPRA Paper No. 54977, posted 2. April 2014 09:17 UTC

المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية

حسين عبد المطلب الأسرج

E.mail:elasrag@gmail.com.

ملخص

يهدف هذا البحث الى دراسة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية. فنتيجة للاهتمام الواسع بموضوع المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية ودورها في التنمية المستدامة ، فقد تزايد اقتناع الشركات بذلك، وأصبحت تواجه اليوم تحديات اجتماعية واقتصادية كبيرة في مسيرة عملها وتحمل مسئولياتها وتفاعلها مع المجتمع، سعيا لتحقيق أهدافها الاقتصادية أولا، وتحقيق احتياجات المجتمع ثانيا. وفي واقع الأمر يمكن القول إنه لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليته وكيفية بلورته والإفادة منه. وفي ضوء ذلك، تطرح الورقة التساؤلات التالية: ما هو المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وما هو التطور التاريخي لهذا المفهوم؟ وما هي الدروس المستفادة من التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص؟ وما هي الدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بمسئوليتها الاجتماعية وكذلك التحديات التي تواجهها للقيام بدورها الاجتماعي؟ وأخيرا، ما هي أهم التوصيات لتنمية مبادرات المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية؟

كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المملكة العربية السعودية، التنمية المستدامة ،القطاع الخاص

مقدمة

إن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية ليست بعيدة عن ديننا السمح، الذي حثّ الناس على التعاون من أجل خير المجتمع والحفاظ على البيئة، وركّز على أهمية الاهتمام بحسن استغلال الموارد وعدم الإسراف والتبذير، وعدم إهمال حق الأجيال القادمة. وتكتسب المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في المملكة العربية السعودية أهمية بالغة باعتبارها حجر الزاوية، وأداة مهمة للتخفيف من سيطرة العولمة ومجوحها، حيث يمثل القطاع الخاص والشركات الجزء الأكبر والأساسي في النظام الاقتصادي الوطني، وعليه أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية مطلباً أساسياً للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية (شركات محلية أو مؤسسات دولية) بتوفير البيئة المناسبة، وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية، وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجاً. ونجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع.. ودعم المجتمع ومساندته. وحماية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة، ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ويعالج المشاكل البيئية المختلفة. وترتبط المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ارتباطاً وثيقاً بمفهوم " التنمية المستدامة " . ففي عام ١٩٨٧ ، خلص تقرير برونتلاند إلى أن النموذج الحالي للتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يدوم على المدى البعيد، حيث إنه يتسبب في نفاذ الموارد الطبيعية وإيذاء المجتمع. وقد عرّف التقرير " التنمية المستدامة " بأنها " التنمية التي تلبّي احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها " . ويعتمد مفهوم التنمية المستدامة هذا على ثلاثة عناصر رئيسية هي : حماية البيئة، والنمو الاقتصادي، والعدالة الاجتماعية. وفي مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة ، والتنمية الذي عقد في ريو دي جانيرو في عام ١٩٩٢ ، اعتمد زعماء أكثر من ١٠٠ بلد جدول أعمال القرن ٢١ وهو خطة لتحقيق التنمية المستدامة في القرن الحادي والعشرين . وتتولى لجنة التنمية المستدامة التابعة لمجلس الأمم المتحدة الاقتصادي والاجتماعي مراقبة الحكومات التي وافقت على تنفيذ هذه الخطة في بلدانها. وقد وصف جدول أعمال القرن ٢١ الشركات عبر الوطنية بأنها تؤدي دوراً حيوياً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للدول.¹

مشكلة البحث:

إن النمو الاقتصادي المستدام في المملكة العربية السعودية يعتمد على خلق فرص عمل، التعليم، التخفيف من حدة الفقر، وإدارة جيدة للبيئة. وللقطاع الخاص دور خاص بارز يجب أن يؤديه. فعليه أن يساهم في تنمية المجتمعات التي يتواجد

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، 2004، ص 5

فيها. وهذه التنمية تتم عبر اعتمادها على مبادرات المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص التي تتماشى أهدافها مع أهداف التنمية الوطنية . والقطاع الخاص يعتبر محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية ، فقد بلغت مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي لعام 2012 بالأسعار الثابتة 57.6%، كما بلغت نسبة نموه 4.9% لعام 2012 بالأسعار الثابتة¹.

وبالرغم من أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص هي مهمة معقدة، تزيد تعقيداً نظراً إلى أنها مفهوم جديد في المنطقة، إلا أن هذه المشاريع لا تفوق على الإطلاق قدرة الشركات العاملة في المنطقة. كما أنها تعود عليها بالنفع وزيادة الربحية. ولا شك في أن التنمية المستدامة تعتبر حجر الزاوية لتحقيق الازدهار والاستقرار على المدى الطويل في المنطقة العربية بصفة عامة والمملكة العربية السعودية بصفة خاصة ويجدر بالشركات بوصفها كيان وطني صالح المشاركة في التنمية المستدامة والمساهمة في الارتقاء بمستوى مجتمعاتها وبناء عليه تحتاج إلى موائمة نفسها مع هذه الأهداف الوطنية التي تتمحور حول التنمية المستدامة، وذلك باستخدام الأداة القوية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمساعدة في تحقيق هذه الأهداف. وفي ضوء ذلك، تطرح الورقة التساؤلات التالية: ما هو المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وما هو التطور التاريخي لهذا المفهوم؟ وما هي الدروس المستفادة من التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص؟ وما هي الدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بمسئوليتها الاجتماعية وكذلك التحديات التي تواجهها للقيام بدورها الاجتماعي؟ وأخيراً، ما هو الدور الذي تستطيع الدولة ومنظمات الأعمال والقطاع الخاص والشركات عابرة القارات أن تلعبه لتنمية مبادرات المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية؟

هدف البحث وأهميته:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية وذلك بغية التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز دورها في التنمية في المملكة العربية السعودية. وذلك من خلال التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع السعودي، والتعرف على المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها تحقيق التنمية في المجتمع السعودي. كما يحاول هذا البحث لقاء الضوء على بعض النتائج التي توصلت إليها عدد من الدراسات بشأن مسؤولية الشركات من أجل الاستمرار في تحسين أدائها ومعالجة التحديات المستمرة والفرص. وذلك لتحقيق التنمية المستدامة من خلال نهج استباقي لحماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية والتقدم الاقتصادي. وتكمن أهمية البحث في أنه يعالج موضوعاً من أهم الموضوعات المعاصرة على الساحة الاقتصادية والمجتمعية. فمسؤولية الشركات الآن على رأس أجندات العمل الوطني والدولي. وتنبع أهمية هذا البحث في أنه يسلط الضوء على الدور الهام للمسؤولية

1 راجع <http://www.cdsi.gov.sa>

الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، فلا يقع عبء الأهداف الإنمائية الرئيسية على عاتق المؤسسات الخاصة فحسب، بل لدى الحكومات والأوساط الأكاديمية ومنظمات المجتمع المدني دوراً حاسماً تؤديه بذاتها وبالشراكة مع الشركات، بما يمكنها من خلق بيئة خصبة تزدهر في ظلها المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص.

منهج البحث:

ولاً غراض تحقيق هذه الأهداف تمّ اتباع منهجين هما أولاً المنهج الوصفي والذي يعتمد على وصف المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، بهدف تحديد ملامحها وصفاتها الخاصة بما تمهيداً لتحليلها، بمعنى أن عملية الوصول إلى النتائج في هذا البحث قد تمت وفقاً لتسلسل منطقي ابتداءً من وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الأساسية وثانياً المنهج التحليلي التقييم والذي يعتمد على تحليل العلاقات التي تم وصفها بناءً على المنهج السابق في هذه الدراسة، ومن ثم بيان النتائج بصورتها الواقعية سواء سلبية أم إيجابية، ومن ثم تقييم ما افترضه التحليل للعلاقات بين المفاهيم الأساسية في هذا البحث من أجل الخروج بالتوصيات الملائمة.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص:

هناك عدة تعريفات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص¹، وكلها تدور حول ذات المعنى، وهي تحمل الشركات لمستوياتها تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والمستهلكين والعملاء والموردين والعاملين والبيئة والمجتمع.² ويقصد بهذا المفهوم التزام الشركات ليس فقط بتحقيق أرباح لمساهميها، ولا تقتصر المسؤولية تجاه الاقتصاد القومي فقط، ولكن تمتد لتشمل البيئة والعاملين وأسرهم وفئات أخرى من المجتمع. ومن أهم التعريفات وأكثرها شيوعاً تعريف البنك الدولي والاتحاد الأوروبي ومجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة. فقد عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد.³ كما عرفت الغرفة

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، 2004، ص ص 27-29

² UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Vienna, 2002, p5

³ World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع محاولات التي تساهم في أن تتطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية. و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا. و لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم . كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل.¹ ويعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي. ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع.

ويحدد المجلس الاقتصادي والاجتماعي الهولندي -وهو هيئة استشارية للحكومة الهولندية - المسؤولية الاجتماعية للقطاعات الخاصة على أنها تتصلب من عنصرين:²

1. ما يكفي من التركيز من قبل الشركة على مساهمتها في رفاه المجتمع في المدى الطويل.

2. وجود علاقة مع أصحاب المصالح بها والمجتمع بشكل عام.

وقد شدد المجلس على أن مساهمة الشركة في رفاهية المجتمع لا يتكون فقط من خلال تحقيق القيمة الاقتصادية **economic value creation** ، ولكن يشمل تحقيق القيمة في ثلاثة مجالات هي:

- 1- البعد الاقتصادي. هذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات ، ومن خلال خلق فرص العمل ومصادر الدخل.

- 2- البعد الاجتماعي. وهذا يشمل مجموعة متنوعة من الجوانب المتعلقة تأثير عمليات الشركة على البشر داخل وخارج المنظمة ، مثل علاقات العمل السليمة والصحة والسلامة.

- 3- البعد البيئي. هذا البعد يتعلق بآثار أعمال وأنشطة الشركة على البيئة الطبيعية.

¹ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. Meeting changing expectations: Corporate social responsibility, 1999, p 3

² Ven van de, B. and Graaand, J.J., Strategic and moral motivation for corporate social responsibility, MPRA Paper No. 20278, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/20278/>, pp 2-4

العنصر الثاني في التعريف يؤكد على العلاقة مع أصحاب المصالح والمجتمع ككل - الموظفين والموردين والعملاء والمنافسين والمجتمع ككل- وفقا لنهج ما يسمى بأصحاب المصلحة ، فالشركات غير مسؤولة فقط على المساهمين ، ولكن ينبغي عليها أن توازن أيضا بين مصالح أصحاب المصلحة التي يمكن أن تؤثر أو قد تتأثر من عملياتها . بمعنى دمج المسؤولية الاجتماعية في رسالة و رؤية و فلسفة المنشأة و ثقافتها . وقد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومنها مواطنة الشركات والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للقطاع الخاص. وعلى الرغم من تعدد هذه المصطلحات إلا أنها في النهاية تنصب على مساهمة الشركات في تحمل مسؤوليتها تجاه أصحاب المصالح المختلفين . كما تشمل المسؤولية الاجتماعية على عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، والقانوني، والإنساني، والأخلاقي، وتتركز في بعض المجالات، خاصة العمل الاجتماعي، ومكافحة الفساد، والتنمية البشرية، والتشغيل، والحفاظة على البيئة. وتستند المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص إلى نظرية أصحاب المصالح والتي تنص على أن الهدف الأساسي لرأس المال يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لكل أصحاب المصالح؛ من حملة أسهم، وشركاء، وموردين، وموزعين، وعملاء وأيضا العاملين وأسرههم، والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. وتعد المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص أداة رئيسية للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال¹ . وبالنظر إلى التعريفات السابقة يمكن القول أنه حتى وقتنا الراهن، لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي إنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية² . ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية . وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية. يمكن التفريق بين اتجاهين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية³ : يرى الاتجاه الأول ضرورة وجود إطار تنظيمي للمسؤولية الاجتماعية وإلزام الشركات بضوابط تنظيمية من قبل الدولة من خلال تعليمات ومواثيق (المانيا،فرنسا، بريطانيا، هولندا). في حين ينظر الاتجاه الثاني إلى المسؤولية الاجتماعية على أنه نشاط تطوعي

¹ Tracey Swift & Simon Zadek ,Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations,The Copenhagen Centre and institute of social and ethical accountability ,July 2002,pp9-10

² للتعرف على مزيد من التعاريف راجع:

- فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه ،جامعة بغداد، العراق، 2003،ص 40

- الغرفة التجارية الصناعية بالرياض،سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص،الرياض ، الطبعة الثانية 2009 1430هـ،ص ص 19-20

³ رسلان خضور ، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال،ندوة الثلاثاء الرابعة والعشرون،جمعية العلوم الاقتصادية السورية،دمشق،2011/2/25-

2011/6/28،ص6-7

لا يتطلب قوانين أو ضوابط تنظيمية أو قواعد محددة تلزم الشركات بمسؤولياتها تجاه المجتمع كون المسؤولية طوعية، و سيؤدي وضع الضوابط إلى المزيد من البيروقراطية، إضافة إلى أن وضع القواعد والضوابط يجعل الشركات تلتزم بما هو مطلوب منها فقط دون زيادة.

ثانياً: الدراسات السابقة

يسلط هذا البحث الضوء على الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية وهو موضوع جديد لم تتطرق إليه الدراسات السابقة، ويلاحظ الباحث افتقار المكتبة العربية لموضوع البحث، وهناك قصور في مجال الدراسات التي تتناول تقييم أثر المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في المملكة العربية السعودية سواء على الشركات التي تمارسها أو على مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وفي هذه الفقرة محاولة لاستعراض بعض الدراسات ذات الصلة القريبة بجانب من الموضوع، وقد تم إجراء عدة بحوث حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية بهدف التعرف على تطورها والتوصل لدرجة الوعي حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص.

كشفت دراسة (تمكين للدراسات والبحوث ، 2007) وشملت أكبر 100 شركة سعودية حجم الالتباس في مفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث خرجت بثلاثة تفسيرات رئيسية، الأول يضعها في إطار القيم باعتبارها جزءاً من القيم الأخلاقية والدينية، الثاني يضعها في إطار التبرعات والهبات التي لها علاقة بجمعيات معينة (الشكل التقليدي السابق في الغرب)، أما التفسير الثالث، فيظهر أنها مسؤولية واستراتيجية لدى الشركة. وأظهرت الدراسة ، إن هناك غياب واضح في آليات واستراتيجيات العمل داخل الشركات فيما يخص المسؤولية الاجتماعية وهذا الأمر يدركه كثيراً ممن أجريت معهم المقابلات . و قد أشار بعضهم إلى أنهم في طور وضع هيكلية لصرف الأموال على المسائل الاجتماعية ، وهذا يعني عدم الوصول بعد إلى الآلية التي تساعد على الاستفادة من نشاطات المسؤولية الاجتماعية إلى أقصى حد ممكن. على الرغم من تفهم قطاع الأعمال للتحديات التي تواجه التنمية في المملكة ، وعلى رأسها توفير فرص العمل ، ضعف التأهيل والمهارات، توظيف المرأة و التنمية المناطقية المتوازنة ومشاكل الفقر.¹

¹ تمكين للاستشارات الإدارية والتنمية، المعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة، الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم دراسة استكشافية، — جامعة لاند — السويد، فبراير 2007

وتوصل (السحيبان، 2009)¹ الى ضعف محفزات السوق للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية، حيث أن هناك غياب واضح لآليات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات ، ضعف الاهتمام الحكومي والشعبي بقضايا البيئة و غياب كبير لمبادرات القطاع الخاص حيال ذلك. وقد لاحظ الباحث أن معظم الشركات السعودية بدأت متأخرا في الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، ومحدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات السعودية مجال خدمة المجتمع وأن تركيزها على مجالات محددة. إضافة الى غياب التقييم والدراسات المتخصصة عن تأثير البيئة والمجتمع على قطاع الأعمال، لذا فإن تضمين المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الشركات سوف يكون محدوداً.

كما قام (البنك الأهلي التجاري ، 2009) بإجراء دراسة حول إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. ونظرة المجتمع السعودي لهذا المفهوم. وتظهر هذه الدراسة مستوى الوعي الحالي في السعودية حول مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات و كيفية التعامل معه حيث أن 62% من المشاركين في الدراسة يعتقدون أن الخدمات الاجتماعية التي تقدمها المؤسسة تساهم في تطوير علاقة أقوى بين المؤسسة وعملائها، ويعتقد % 49 من المشاركين في الدراسة أن الشركات المنخرطة في خدمات اجتماعية تتمتع بأخلاقيات عمل جيدة.²

وفي دراسة أعدتها (الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، 2009) عن تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ اسس المسؤولية الاجتماعية اتضح أن هناك أسبابا عديدة تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للشركات في ، من أهمها:³

¹ صالح السحيبان، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم استشراف" بيروت، لبنان، 23-25 مارس 2009.

² راجع دراسة البنك الأهلي التجاري عن نظرة المجتمع لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية . متاح في:

<https://www.alahli.com/ar-SA/About%20Us/CSR/Documents/CSR%20Study%20Arabic%20Final.pdf>

³ للتفاصيل راجع :

- عسكر الحارثي، تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ اسس المسؤولية الاجتماعية ، ورقة مقدمة الى الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال: تجارب عربية وأجنبية ، الشارقة، 13-15 ابريل 2009، ص 11-19
- عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، ورقة مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية ، صنعاء، اليمن 24-26 يونيو 2009، ص 9-10
- عسكر الحارثي ، ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ ؟، ورقة عمل قدمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، مرجع سابق ، ص 7-8

1. عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم الشركات السعودية. فمن الملاحظ أن عدد الشركات المتبنية لهذه الثقافة يمثلون قلة من الشركات الكبرى في حين أن الغالبية يجهلون تماما هذا المفهوم.
2. إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمة. فالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة .
3. غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري و مستدام .
4. قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس المجهودات، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

وقد اظهرت دراسة دراسة (تمكين للدراسات والبحوث ، 2010) عن تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية ،أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية مازال مرتبطا بالأعمال الخيرية،الا أن هناك حاجة الى تفعيل دور القطاع الخاص لتحقيق التنمية المستدامة بما يخدم احتياجات المجتمع. وقد كشفت الدراسة أن حوالي 10% فقط من الشركات تربط ممارستها المسؤولية بالأولويات التنموية ،28% من الشركات تدرك أهمية ذلك ولكن لا تعمل علسها،في حين 62% من الشركات لا تأخذ في عين الاعتبار الأهداف التنموية كأولوية عند التخطيط لبرامجها.¹

ثالثا: التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص

تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة. فابتداء كانت الفلسفة الاقتصادية الكلاسيكية تفترض بأن واجب الشركات الأساسي، ان لم يكن الوحيد، هو أن تعظم من ربحيتها دون أن تقوم بأي واجب آخر تجاه المجتمع، الأمر الذي سوف يمكن المشروعات من النمو، ويوفر بالتالي طائفة أوسع من السلع والخدمات للمستهلكين، وسوف يؤمن دفع أجور أفضل للمستخدمين. وتتمثل النظرة التقليدية للقطاع الخاص، كما أوجزها بعض الاقتصاديين أمثال ميلتون فريدمان (Milton Friedman) في السبعينات من القرن الماضي، وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، إذ يرى أن مسؤولية الشركة تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للمواطنين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة. وأن تبني الشركة لفلسفة المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف

¹ تمكين للحلول المستدامة، تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية: الواقع المتغير، 2010

العمل، كما من شأنه إعطاء قوة اجتماعية للأعمال بشكل أكثر من اللازم¹. بخلاف هذه النظرية فقد شرع المدراء التنفيذيون بالاهتمام بأهداف أخرى إلى جانب تعظيم الأرباح، مثل مصالح المستهلكين والموظفين والدائنين والمجتمعات المحلية. وكان هذا التطور قد ارتبط بنشوء جماعات المصالح ولا سيما النقابات العمالية، وفي الوقت نفسه كانت تتطور التشريعات الخاصة ببيئة الأعمال، فأخذت الحكومات في البلدان المتقدمة صناعياً تمنح إعفاءات ضريبية للتبرعات المقدمة من الشركات والجمعيات لأعمال الخير، الأمر الذي شجع الشركات على تخصيص حصة من الأرباح للأعمال الاجتماعية، مستفيدة من هذه الإعفاءات والحوافز المادية.² وخلال الخمسينات والستينات من هذا القرن، ومع تكريس الانفصال بصورة مزيدة ما بين الملكية والإدارة والذي ميز الشركات العملاقة، بدأت جماعات الحقوق المدنية وجمعيات حماية المستهلكين، وغيرها من الحركات الاجتماعية بالتأثير على سلوك الشركات، عن طريق مراقبة الآثار البيئية للصناعات الكبيرة.³ ومستوى جودة المنتجات للتأكد من خلوها من المواد الضارة. وبالمثل فقد ازدادت فاعلية حركات الحقوق المدنية وجماعات الضغط، كالمنظمات العمالية والنسائية وحركات السود والأقليات في الولايات المتحدة وأوروبا، الأمر الذي ألزم الشركات بتطوير سياساتها في مجال الاستخدام، مثل تعيين حد أدنى من المستخدمين النساء العاملات، والمواطنين السود والملونين، وأبناء الأقليات، بل تم التراجع عن السياسات التمييزية تجاه المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة، وتطورت أنظمة الرقابة والحماية ضد التلوث وازداد الاهتمام بالحد من هدر الطاقة. وبالنظر إلى

¹ راجع:

- Friedman, M. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. New York, Times Magazine. September, 13. available in: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

- جون سوليفان وآخرون (ألكسندر شكولنيكوف جوش ليتشمان)، مواطنة الشركات المفهوم والتطبيق، مجلة الإصلاح الاقتصادي، العدد

24، مركز المشروعات الدولية الخاصة، ص 8

- Barry Gaberman, A Global Overview of Corporate Social Responsibility, The John D. Gerhart Center for Philanthropy and Civic Engagement, American University in Cairo, Spring 2008, pp6-7

2 A.B. Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991, p1. available in: <http://www.cbe.wvu.edu/dunn/rprnts.pyramidofcsr.pdf>

³ للتفاصيل راجع:

- Abigail McWilliams & Donald S. Siegel and Patrick M. Wright, Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, Rensselaer Polytechnic Institute, Working Papers in Economics, Number 0604, March 2006, pp1-8
- Abigail McWilliams & Donald S. Siegel and Patrick M. Wright, Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, Rensselaer Polytechnic Institute, Working Papers in Economics, Number 0506, May 2005, pp1-11

التأثير الكبير الذي باتت تمارسه الشركات العملاقة على اقتصادات المجتمعات المتقدمة، ووصولها الى مختلف مكونات وجوانب حياة هذه المجتمعات، فقد ازدادت الحاجة إلى وضع ضوابط ومعايير للتأكد من استجابة هذه الشركات للمصلحة العامة، وقام علماء الإدارة والاقتصاد بتطوير قواعد ملموسة لقياس مسؤولية الشركات الاجتماعية.¹ وتشير التوقعات إلى أن هذا الدور سيشهد المزيد من التطور في المستقبل. وتشير الدراسات إلى اهتمام المستهلكين بالسلوك الأخلاقي للقطاع الخاص. ولعل من أبرز أنصارها ومؤيديها رجل الاقتصاد المعروف (Paul Samuelson) والذي يرى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي معاً. كما يشير إلى أن الشركات في عالم اليوم يجب ألا تكتفي بالارتباط بالمسؤولية الاجتماعية، بل يجب أن تغوص في أعماقها، وان تسعى نحو الإبداع في تبنيتها. وقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حتى أصبح يدخل ضمن استراتيجيات الشركات وأدائها اليومي بما يوضح الفهم الجيد لطلبات المجتمع المتغيرة في الحاضر والمستقبل.²

ومن العوامل التي ساهمت زيادة الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ التي شجعت عدد كبير من الشركات الكبيرة على الدعم المادي والمعنوي للمضارين من هذه الأحداث، وكذلك الفضائح المالية لعدد من الشركات العالمية وتفشي الفساد بها. ومن أهم الأسباب التي أدت إلى تزايد الحديث عن برامج المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، زيادة الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالفقر، وانخفاض مستوى معيشة بعض الفئات، والبطالة، وهي أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومات. ولكن مع تنامي الاهتمام بالتنمية الاجتماعية والتأكيد على أهمية إقامة شراكات بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني، وفي ضوء تأكيد الشركات من أن تدهور مستوى التنمية الاجتماعية يؤدي إلى هروب رأس المال ويؤثر سلباً على الاستثمار المحلي والأجنبي، زاد الاهتمام بهذا المفهوم.³ وقد أشارت العديد من الدراسات إلى ان بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان من أهمها⁴:

¹ هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول "مواطنة الشركات والمؤسسات.. والمسؤولية الاجتماعية"، صنعاء، 24-25 يونيو 2009، ص 4-5

² Tracey Swift & Simon Zadek, Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations, The Copenhagen Centre and institute of social and ethical accountability, July 2002, pp13-14.

³ فمال المغربي، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في المملكة العربية السعودية: بعض التجارب الدولية، المركز الامملكة العربية السعودية للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل ١٣٨، ديسمبر ٢٠٠٨، ص 4

⁴ راجع:

- فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه

، جامعة بغداد، العراق، 2003، ص 35-36

1. العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية (MNCs) **Multinational Companies** ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.
 2. تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالاً طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.
 3. الكوارث والفصائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.
 4. التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين و تنمية مهارات متخذي القرار. خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة اكبر من راس المال المادي.
- وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فان متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا. إذ أصبح لزاماً على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها، وان تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية اكثر عمقاً مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق. حيث ان بناء هذه العلاقات من شأنه أن يعمل على تكوين أساس لاستراتيجية جديدة تركز على أفراد المجتمع، وبالتالي تتمكن منظمات الأعمال من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن.

رابعا: مظاهر احترام المؤسسات لمسئولياتها الاجتماعية على الصعيد الدولي

تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية أيضا في العصر الحديث إلى وضع استراتيجيات يركز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي، ومن هنا ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافز التي من شأنها أن تساعد على زيادة دمج ومشاركة القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية ، ولم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء

العالم. وتبلورت على الصعيد الدولي عدة مركات وأسس عمل باتت تعد من قبيل المراجع الواقعية في تحديد نطاق وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص. وفي هذا الخصوص يذكر ما يلي:¹

1. مبادرات عالم الأعمال، ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة.
2. إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات المتعددة الجنسيات والسياسية الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بشأن الشركات المتعددة الجنسيات، الميثاق العالمي.
3. المبادرات الصادرة عن المنظمات غير الحكومية: توجيهاً منظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات، المدونة الأساسية لممارسات العمل الصادرة عن الاتحاد الدولي للنقابات الحرة، والسكرتاريات المهنية الدولية.
4. المبادرات ذات الطابع الحكومي الصادر عن حكومة الولايات المتحدة، الوثيقة البيضاء الصادرة عن المفوضية الأوروبية.

5. المبادرات التجارية، المبادرات التي وضعتها المؤسسات العالمية ذاتها مثل مختلف مدونات السلوك الفردية، آليات التقارير. وجميع هذه المبادرات وغيرها لا تشكل نموذجاً عالمياً موحداً، ولا تفرض في حد ذاتها قيوداً والتزامات على المؤسسات، وإنما هي أنماط وسلوك عمل يتسم بالمرونة والتنوع كي تسترشد بها المؤسسات صاحبة القرار في تحديد ما يلائمها ويتفق مع مصالحها وبرامج عملها وصولاً للنتائج المتبتغة منها.

6. الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدر في عام ١٩٩٩، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات لتحلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة. ويعتبر الميثاق المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص بأنها هي كل ما تقوم به الشركات، أيّاً كان حجمها أو مجال عملها، طوعية من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل. والمسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية كل شخص بالشركة وليست مسؤولية إدارة واحدة أو مدير واحد. وتبدأ المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص من التزام الشركات بالقوانين المختلفة خاصة ما يتعلق بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، وتنمية المجتمع. وتم تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتي يجب مراعاتها بشكل يومي عند اتخاذ كافة القرارات ووضع الاستراتيجيات. وتم تشجيع الشركات ليس فقط على الالتزام بتلك المعايير، وإنما أيضاً محاولة الامتناع عن عقد صفقات تجارية مع الشركات التي لا تحترم كل أو بعض تلك المعايير. تقسم المبادئ العشر للاتفاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات الى المجموعات الأربعة التالية²:

¹ حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة جسر التنمية، الإصدار رقم 90، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، فبراير 2010، ص 5-7

² هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول "مواطنة الشركات والمؤسسات.. والمسؤولية الاجتماعية"، صنعاء، 24-25 يونيو 2009، ص 13-14

1- حقوق الإنسان:

- دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دوليا واحترامها.
- التأكد من عدم الاشتراك في انتهاكات حقوق الإنسان .

2- معايير العمل :

- احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساواة الجماعية.
- القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري.
- القضاء على عمالة الاطفال.
- القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

3- المحافظة على البيئة :

- تشجيع اتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية.
- الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة.
- تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها.

4- مكافحة الفساد :

- مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشاوي.

خامسا: اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص:

يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص من خلال ثلاثة اتجاهات كمايلي¹:

1- المساهمة المجتمعية التطوعية: ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص حديثا نسبيا. ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي.

2- العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية. ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات. وتستطيع الشركات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها. ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة وموائيق

¹ البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومعهد التخطيط القومي بالملكة العربية السعودية، تقرير التنمية البشرية في المملكة العربية السعودية لعام

2008، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 153

الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، وتستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

3- حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي: على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الرؤية وتهيء المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المستول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ. أما على الصعيد الخارجي فإن كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.

سادسا: مزايا التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية:

في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، يثور التساؤل حول الأسباب التي تشجع الشركات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ما تنطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن المزايا التي تعود على الشركات كثيرة، ففي استطلاع تم في عام 2011 على أكثر من 28 ألف من المحييين على الانترنت يشملون 56 بلدا في جميع أنحاء العالم، وجد أن 66 % من المستهلكين يفضلون شراء منتجات من الشركات التي لديها برامج مسؤولية اجتماعية تخدم المجتمع، أن 62 % يفضلون العمل في هذه الشركات، 59 % يرغبون في الاستثمار في هذه الشركات، و 46 % يقولون أنهم على استعداد لدفع اموال اضافية لشراء المنتجات والخدمات من هذه الشركات.¹ ويمكن ايجاز أهم مزايا التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية فيما يلي²:

1. تحسين سمعة الشركات والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه الشركات، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري. ويسهم التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها. ولقد أشارت الدراسة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان **Voice of the Leaders Survey** والتي أجريت في أواخر عام 2003 إلى أن سمعة الشركة تعد من أهم معايير نجاحها. وتشير نتائج الدراسة التي تم توزيعها على 1500 مدير في أكثر من 1000 شركة عالمية كبرى إلى أن 60 % تقريبا من

¹ Ramez Shehadi & other , The Rise of Corporate Social Responsibility A Tool for Sustainable Development in the Middle East, American University of Beirut, 2013,p4

² راجع:

- نهال المغربي ، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في المملكة العربية السعودية: بعض التجارب الدولية، مرجع سابق، ص5
- جون سوليفان وآخرون (ألكسندر شكونيكوف جوش ليتشمان)، مواطنة الشركات مفهوم المواطنة وتطبيقاته في مجال الأعمال، مرجع سابق، صص 19-20

شملتهم الدراسة يرون أن السمعة الجيدة يمكن أن تسهم بنحو 40 % من القيمة السوقية لأسهم الشركات. كما تسهم السمعة الجيدة في قدرة الشركة على مواصلة تحقيق الأرباح والأداء الجيد. وذلك وفقاً لدراسة الأداء الخاص بألف شركة التي صدرت عن Fortune خلال الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي.¹

2. تسهيل الحصول على الائتمان للمملكة العربية السعودية في خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك. وتتضمن هذه المؤشرات مؤشر داو جونز للاستدامة Dow Jones Sustainability Index (DJSI) والذي أُطلق عام ١٩٩٩ ويُعنى بترتيب الشركات العالمية وفقاً لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
3. استقطاب أكفأ العناصر البشرية حيث يمثل التزام الشركات بمسئوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة خاصة بالنسبة للقطاع الخاص عابرة القارات أو كبرى الشركات المحلية التي تعمل في مجالات متخصصة وتستخدم تكنولوجيا حديثة.
4. بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو التزاعات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
5. حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي، خاصة في إطار العولمة. وتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية، والتي تمثل تحدياً للقطاع الخاص، خاصة الصغيرة والمتوسطة.
6. رفع قدرة الشركات على التعلم والابتكار.

سابعاً: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص

وحتى تنجح الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية لها هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج وفي مقدمة هذه العوامل ما يلي:

- 1 - ضرورة إيمان الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسئول فيها ابتداءً من أصحاب الشركات، مروراً بمديرها التنفيذيين، وانتهاءً بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تفضل به الشركة على مجتمعها بل تفتخر به وتعتبره واجباً عليها.

¹ جون سوليفان وآخرون (ألكسندر شكونيكوف جوش ليتشمان)، مواطنة الشركات مفهوم المواطنة وتطبيقاته في مجال الأعمال، مرجع سابق

- 2 - أن تقوم الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلاً من الانتقاد والشكوى للسلبات الموجودة.
- 3 - أن يصبح هذا النشاط جزءاً رئيسياً من أنشطة الشركات يتم متابعته من قبل رئيس الشركة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماماً كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية.
- 4 - يجب على الشركة أن تخصص مسئولاً متفرغاً تفرغاً كاملاً لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي وفعال على مستوى الشركة .
- 5 - من أكبر المعوقات التي تواجه الشركات الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية، رغبة هذه المؤسسات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة وذات أرقام عالية، ولا ضرر في أن توضع هذه الأهداف على المدى البعيد، ولكن حتى يتم البدء في مثل هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحدودة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة.
- 6 - الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقتها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسئولين عنها على تنفيذها طبقاً لما تم الإعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرنامج.
- 7 - الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلاً وتعمل على تغطية المملكة العربية السعودية وفقاً بنفسها حتى يكتب لها الاستمرار والبقاء، وحتى لا تصبح مركز تكلفة قد تلجأ الشركة في يوم من الأيام إلى الاستغناء عنه.
- 8 - الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية، وكان هذه البرامج منتج تجاري يجب الاهتمام به والعناية بتقديمه بشكل متميز يساهم فعلاً في خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه.
- 9 - الحرص على أن تسعى هذه البرامج الاجتماعية على التعاون والتنسيق مع ما هو موجود من برامج وأنشطة مشابهة حتى لا يتم تكرار الجهد وضياح الوقت وصرف المال في برامج قائمة، مع التأكيد على أن الاحتياج للبرامج الاجتماعية كبير جداً ويحتاج إلى آلاف البرامج من الشركات.
- 10 - كل مؤسسة أو شركة صغيرة أو كبيرة قادرة على أن تقدم شيئاً لمجتمعها ولمن حولها وليس المهم حجم البرنامج الذي يقدم بل الأهم أن يتم تقديم شيء يستفيد منه المجتمع مهما كان حجمه.

ثامناً: تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية

بدأت المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص تتوسع أكثر فأكثر في المنطقة العربية خلال السنوات الماضية. وقد طوّرت الكثير من الشركات في العالم العربي برامج تُعنى بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص أو سياسات صُمِّمت للاستفادة من

بعض الموارد لدعم قضايا اجتماعية محددة أو أشخاص بأمس الحاجة .وتظهر نتائج استطلاع رأي أجراه موقع "بيت.كوم": لم تعتبر أنشطة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص مهمة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؟ مدى الاهتمام المتزايد بهذا الموضوع .وقد شارك في الاستطلاع 10754 شخص من الإمارات، السعودية، الكويت، قطر، عُمان، البحرين، لبنان، سوريا، الأردن، الجزائر، مصر، المغرب وتونس. ومن أبرز ما ورد في الدراسة:¹

- 90% من المهنيين يرون في مبادرات المسؤولية الاجتماعية مسؤولية أخلاقية تقع على عاتق الشركات.
- 83% من المهنيين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يعتقدون أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص لديها تأثير إيجابي في المنطقة.
- عبر 73% من المهنيين عن رغبتهم بتخصيص الوقت والجهد للقيام بالأعمال الخيرية، في حين يفضل 27% منهم التبرع بالمال.
- 95% من المهنيين يرون أنه من المهم أن تتمتع شركاتهم بالمسؤولية الاجتماعية.
- أفاد 9 من أصل 10 (88%) بأنهم يفضلون المنتجات والخدمات التي توفرها شركات مسؤولة اجتماعياً .

ومما لا شك فيه أن مستوى المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في المملكة العربية السعودية لم يصل بعد إلى ما وصل إليه في الدول الكبرى. فبرغم الإكثار من النقاش عن دور القطاع الخاص في التنمية و خاصة بعد تقلص دور الدولة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعال.

و تكمن أهمية تفعيل دور القطاع الخاص في التنمية إلى تملكه لرأس المال و لقوة اقتصادية قادرة مع تعاونها مع القطاع العام و المجتمع المدني أن تحدث نقلة حقيقية في المجتمع. ومن أهم نتائج تفعيل مسؤولية القطاع الخاص هو شحذ مواردنا المحلية و الاعتماد عليها و توظيفها للتنمية و تقليل الاعتماد على المساعدات الخارجية .وعلى صعيد الدفع بموضوع المسؤولية الاجتماعية للبروز اقتصادياً واجتماعياً ،شهدت المملكة العربية السعودية إقامة العديد من المؤتمرات والندوات التي تهتم بموضوع المسؤولية الاجتماعية ، بمشاركة المؤسسات الحكومية والخاصة، ونخبة من كبار المتخصصين في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، و بدعم ومساندة من المنظمات الدولية وعلى رأسها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، كما تمت مناقشة الأزمة الاقتصادية العالمية و أثرها على المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وكيف يمكن للقطاع الخاص أن تتفاعل مع هذه الأزمة وتخرج منها بأقل خسائر ممكنة، وخاصة أنه يتوقع أن تستمر هذه الأزمة ، وهو ما يخلق العديد من التحديات أمام الشركات.و من الملاحظ في الآونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض

¹ للتفاصيل حول ذلك الاستطلاع ونتائجه راجع: <http://www.bayt.com/ar/research-report-18062>

شركات القطاع الخاص، و خاصة أصحاب الشركات الكبرى، الذين أصبحوا على وعي بمسئولياتهم الاجتماعية. و لكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة.¹

ويرى عدد من خبراء المسؤولية الاجتماعية أن على القطاع الخاص أن يعي عائد المسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل، فالشركات التي تعتنق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها 18% عن تلك التي ليس لديها برامج مماثلة، فمثل هذه البرامج تعزز من ولاء المستهلك أو العميل، لأن الشركات التي تقوم بأدوار اجتماعية وخدمية تجد تشجيعاً لمنتجاتها، وبعض هذه البرامج يوجد أسواقاً جديدة وعملاء جدد، ومن ثم تصبح برامج المسؤولية الاجتماعية ركيزة أساسية في تنافسية الشركات، ليس فقط على مستوى الأفراد والمستهلكين العاديين، بل تكون لها الأفضلية من قبل القطاع الحكومي في المناقصات وغيرها من وسائل التشجيع. أيضاً تشير إحدى الدراسات الشاملة لتاريخ العلاقة بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، التي نشرت من قبل اثنين من أساتذة كلية إدارة الأعمال في عام 2001، باستخدام تحليل الميتا (meta-analysis) لعدد 95 دراسة تجريبية أجريت بين عامي 1972 و 2000 والتي سعت إلى الإجابة عن هذا السؤال. هل الشركات التي لديها سجلات جيدة للمسؤولية الاجتماعية تعطى أداءً مالياً جيداً؟ وقد تم تجميع مؤشرات الأداء الاجتماعي للقطاع الخاص من 27 مصدراً مختلفاً للبيانات وتغطي 11 مجالاً مختلفاً من أنشطة الشركات، بما في ذلك البيئة، وحقوق الإنسان، المشاركة المجتمعية والمساهمات الخيرية. وأظهرت النتائج أن نحو 53% من هذه الدراسات أكدت على وجود علاقة إيجابية، 5% تشير إلى علاقة سلبية، بينما 42% من هذه الدراسات أظهر عدم وجود أية علاقة. وقد تم دراسة العلاقة السببية بصورة معاكسة في عدد من الدراسات الـ 95، بمعنى ما إذا كان الأداء المالي الجيد قد أنتج نتائج إيجابية للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وكانت النتائج إيجابية في 68% من هذه الدراسات، كانت هناك علاقة إيجابية، مما يشير إلى أن الشركات التي لديها أداء مالياً جيداً يكون لديهم القدرة على تخصيص الموارد للمبادرات الاجتماعية.²

وهناك أسباباً عديدة تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، من أهمها:- عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم الشركات، إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمة، غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري و مستدام، قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس الجهود، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

¹ راجع مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية، معلوماتيه، مجلس الوزراء المملكة العربية السعودية، سبتمبر 2011، ص 11-14، ص 15-21

² Barry Gaberman, A Global Overview of Corporate Social Responsibility, Op cit, pp12-13

ويجدر القول بأن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص لا تعنى مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية و عمل حملات تطوعية و إنما تتسع لتشمل مسئوليتهم تجاه أفراد المجتمع المتعاملين معهم و العمل على فتح باب رزق للشباب فخلقهم لمشاريع الشباب لاستيعاب البطالة مثلاً يعد من أسمى ما يمكن أن يقوموا به من عطاء ، فيجب أن يكون للقطاع الخاص دور تنموي أساسي و أن يصبح العطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من أنشطة هذا القطاع ، وكي تصبح المسؤولية الاجتماعية مؤثرة فهي في حاجة لأن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة و خيرية قد تؤدي إلى الإتكالية و هذا يستدعي وضع خطة تغيير مجتمعي لهضة المجتمع المملكة العربية السعودية. ويمكن أن تساهم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في ذلك من خلال عدة محاور كما يلي:-

- يعتبر المحور التعليمي من أهم المحاور التي تتناولها إدارة المسؤولية الاجتماعية، و من خلاله تقوم الشركات بتبني من البرامج والمنح للتعليم والتدريب بما يمكن من تطوير المهارات وتحسين فرص الشباب في إيجاد وظائف مناسبة و ذات دخل معقول. و هنا تأتي مساهمة تدرج تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية ، فمن جهة هي توفر فرص وظيفية لعدد من الشباب في مختلف المجالات أو مساعدهم في إنشاء مشاريع صغيرة تعود بالفائدة على مجتمعاتهم. ومن جهة أخرى تعمل على ترقية الأجيال العربية ورفع كفاءتها.
- ومن المحاور المهمة التي يتناولها برنامج المسؤولية الاجتماعية، محور الصحي حيث يتوجب على الشركات العربية المساهمة في نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع بمختلف طبقاته و شرائحه و ذلك من خلال تنظيم الحملات الموجهة من جهة وتوفير المواد اللازمة لذلك.
- برنامج المسؤولية الاجتماعية الخاص بالمتقاعدين الذين ما زالت لديهم قدرة على العطاء و ذلك بابتكار مشاريع تتناسب مع أعمارهم و اهتماماتهم و توفر لهم دخل مناسب.
- يمكن أيضا أن تقوم هذه الشركات الكبيرة بتشجيع التعاقد من الباطن مع عدد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتنفيذ عمليات معينة واستغلال الطاقات المتاحة بها واستقطاب عدد آخر منها للانخراط بسلسلة التوريد العالمي لهذه الشركات بما يتيح فرصا تصديرية لهذه المشروعات.

باختصار تتبع مشاريع المسؤولية الاجتماعية من رغبة صادقة وإحساسا بالمسؤولية تجاه المجتمع و تصب في كل الجهات التي من شأنها رفع المستوى العام للمجتمع في مختلف المجالات و ذلك بتوظيف كل مواردها و إمكانياتها في سبيل تنظيم آلية موحدة تخدم المشاريع والحملات الموجهة لخدمة المجتمع و أبناء الوطن من الجنسين . ولاشك في أن هناك حاجة إلى مجهودات كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية و ثقافة العطاء التنموي بين المؤسسات و الشركات الكبرى في الدول العربية. و هذه الثقافة يجب أن تنتشر من خلال إبراز الواجب الأخلاقي و الوطني الذي يحتم على المؤسسات أن يقوموا به و أيضا من خلال وضع القوانين الخفزة للمؤسسات و التي تجعل من عطائهم حافزا للإنجاح و ترويج أنشطتهم التجارية. ومن الضروري التأكيد على أن نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بين الشركات والأفراد يحتاج إلى سنوات، وأن الشركات وخاصة التي تريد التوسع في الخارج ستضطر إلى تبني برامج مسؤولية اجتماعية أسوة بالشركات في

الدول المتقدمة. ولذلك يجب على الشركات تبني برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية يمكن تقييمها وقياس مردودها. وفي هذا الخصوص نوصي بما يلي:-

1- دور الحكومات:

- توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية.
- إعطاء القدوة الحسنة للقطاع الخاص من خلال الإفصاح والإعلان بشفافية عن سياسات الحكومة المختلفة وتوفير المعلومات وإتاحتها وتحسين نظم الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية المختلفة وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- تشجيع الشركات على التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضريبية والامتيازات الخاصة بالمنافسات الحكومية، لفترة محددة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية معينة.
- منح بعض الجوائز المالية والمعنوية لتشجيع الشركات على المساهمة الفعالة في برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.

2- دور منظمات الأعمال:

- تحديد مفهوم مسؤولية الاجتماعية لرأس المال، على نحو يعكس الواقع الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع المملكة العربية السعودية.
- تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وزيادة الوعي لدى هذه الشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباح الشركات في المدى المتوسط والطويل وعلى اندماجها في سلاسل التوريد العالمية.
- ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين على قطاع الأعمال استهدافها وتحديد أكفأ الطرق للتعامل معها.
- رسم إستراتيجية متكاملة للمسؤولية الاجتماعية لرأس المال يتم بناء عليها تحديد الأولويات التي سيتم التعامل معها وأيضا المبادئ العامة التي يجب أن تلتزم بها الشركات عند تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- تحديد إطار زمني لتنفيذ هذه الاستراتيجية واختيار بعض المؤشرات التي تقيس مدى نجاح برامج الاستراتيجية في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- تشجيع الشركات على الإفصاح والشفافية وعلى تبني معايير محددة بخصوص الإفصاح عن البيانات غير المالية الخاصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

3- دور القطاع الخاص

- يتعين على كل شركة أن تُضمّن الرسالة الخاصة بها سياستها في تحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح، على النحو الذي يؤكد على حماية أصول الشرك، واحترام حقوق أصحاب المصالح.

- تبني الشركات سياسة واضحة للتنمية البشرية، بحيث تنص على مشاركة العاملين بالشركات في إدارتها من خلال مراجعة الميزانيات السنوية وتحديد الأجور ومستوى الرعاية الصحية التي يتمتعون بها وأيضاً التدريب الذي يحتاجون إليه.
- تلتزم الشركات بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه الشركات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركات بتطبيقها.
- يتعين على الشركات أن تهتم بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
- ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة الشركات لنشاطها الاقتصادي.
- إعداد توجيهات استرشادية للمسؤولية الاجتماعية.

4- دور الإعلام

تفعيل أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية، برغم من أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية لكنه لا يزال يفتقر لمفردات الوعي بالمسؤولية الاجتماعية إلى حد عدم التفريق بينها وبين ممارسات أخرى لذا من الجيد الإعلان عن الجهود الاجتماعية المبذولة حتى نكون قدوة للآخرين، ومن ثم يتسابق الجميع في هذا المضمار لتحقيق قدر أكبر من المنفعة للمجتمع.

الخاتمة

اولا : نتائج الدراسة

انتهت الدراسة الى مجموعة من النتائج و من أهمها مايلي :

1. أظهرت الدراسة انه لا يوجد تعريف واحد متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص. و مع ذلك يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص على انها ما تقوم به الشركات و تقدمه للمجتمع طبقا لتوقعاته من هذه الشركات على ان تتضمن هذه المسؤولية الاجتماعية مراعاة لحقوق الإنسان و قيم المجتمع و أخلاقياته و الالتزام بالقوانين و مكافحة الفساد و الشفافية والإفصاح .
2. تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في المملكة واصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة .
3. تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلي و الشركات معا و التي تتمثل في تقديم سلع و منتجات صحية للمجتمع و المحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث و زيادة ولاء الموظفين و تمتع الشركة بالمصداقية و خلق علاقات جيدة مع المساهمين و غيرهم من أصحاب المصالح.

4. لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع في المملكة العربية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليته وكيفية بلورته والإفادة منه.

ثانيا: التوصيات

لتفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية نوصى بما يلي:

1. قيام الجهات المعنية بتوفير البنية التحتية اللازمة لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية وعلى وجه الخصوص الأنظمة وتوفير الدراسات والمعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.
2. ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها والعائد على كل من المنشآت المؤدية لها وعلى المجتمع.
3. قيام الدولة بتيسير الإجراءات المرتبطة بأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية ، وتوفير محفزات نظامية للقطاع الخاص على ضوء تميزها في المسؤولية الاجتماعية.
4. سن التشريعات التي تكفل توفير عنصري الشفافية والإفصاح من قبل الشركات المنفذة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
5. تنظيم ورشة عمل على مستوى تمثيل إقليمي عالي المستوى تضم صناع القرار في الجهات المعنية لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية بالدول العربية، تعميم منح جوائز للتميز في أداء المسؤولية الاجتماعية لإذكاء التنافسية بين الشركات في تحقيق وتوسعة نطاقات المسؤولية الاجتماعية.
6. ضرورة وجود ادارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات تتولى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة ، على أن تتبع الإدارة العليا مباشرة ، وتبادل الخبرة والتجارب العملية فيما بينها والتعرف على نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
7. قيام الغرف التجارية الصناعية وغيرها من الجهات التنظيمية بتنظيم دورات تدريبية وندوات لصقل الخبرات في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
8. تفعيل المؤشر السعودي للمسؤولية الاجتماعية، باعتباره أداة قياس تتسم بالجدية والمسؤولية، فهو يتيح للقطاع الخاص أن تقيس مدى جهودها في تحمل المسؤولية الاجتماعية المشتركة بطريقة من شأنها تعزيز ملكية الشركات، وإعطاء تقييمات وافية عنها وإجراء مقارنات فيما بينها.

المراجع:

أولا: المراجع العربية:

1. البنك الأهلي التجاري عن نظرة المجتمع لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية متاح في: <https://www.alahli.com/ar-SA/About%20Us/CSR/Documents/CSR%20Study%20Arabic%20Final.pdf>
2. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، الرياض، الطبعة الثانية 2009 1430 هـ.
3. البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومعهد التخطيط القومي بالمملكة العربية السعودية، تقرير التنمية البشرية في المملكة العربية السعودية لعام 2008، المملكة العربية السعودية، 2008
4. تمكين للاستشارات الإدارية والتنمية، المعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة، الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم: دراسة استكشافية، -جامعة لاند - السويد، فبراير 2007.
5. تمكين للحلول المستدامة، تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية: الواقع المتغير، 2010.
6. جون سوليفان وآخرون (ألكسندر شكولنيكوف جوش ليتشمان)، مواطنة الشركات المفهوم والتطبيق، مجلة الاصلاح الاقتصادي، العدد 24، مركز المشروعات الدولية الخاصة.
7. حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة جسر التنمية، الإصدار رقم 90، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، فبراير 2010
8. رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الرابعة والعشرون، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 2011/2/25-2011/6/28.
9. صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم استشراف" بيروت، لبنان، 23-25 مارس 2009.
10. عسكر الحارثي، ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟، ورقة عمل قدمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، أبوظبي في الفترة من 6-7 يناير 2009.
11. عسكر الحارثي، تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ اسس المسؤولية الاجتماعية، ورقة مقدمة الى الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال: تجارب عربية وأجنبية، الشارقة، 13-15-ابريل 2009.

12. عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، ورقة مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، صنعاء، اليمن 24-26 يونيو 2009.
13. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، الرياض، الطبعة الثانية 2009 1430 هـ.
14. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة بغداد، العراق، 2003.
15. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، 2004.
16. نبال المغربي، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في المملكة العربية السعودية: بعض التجارب الدولية، المركز الامم المتحدة العربية السعودية للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل ١٣٨، ديسمبر ٢٠٠٨.
17. هاني الخوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول "مواطنة الشركات والمؤسسات.. والمسؤولية الاجتماعية"، صنعاء، 24-25 يونيو 2009.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

18. A.B. Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991. available in: <http://www.cbe.wvu.edu/dunn/rprnts.pyramidofcsr.pdf>
19. Abigail McWilliams & Donald S. Siegel and Patrick M. Wright, Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, Rensselaer Polytechnic Institute, Working Papers in Economics, Number 0604, March 2006
20. Abigail McWilliams & Donald S. Siegel and Patrick M. Wright, Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, Rensselaer Polytechnic Institute, Working Papers in Economics, Number 0506, May 2005
21. Barry Gaberman, A Global Overview of Corporate Social Responsibility, The John D. Gerhart Center for Philanthropy and Civic Engagement, American University in Cairo, Spring 2008
22. Friedman, M. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. New York, Times Magazine. September, 13. available in: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
23. Kanji Tanimoto, Corporate Social Responsibility and Public Policy. in: www.adbi.org/files/session4_01_kanji_tanimoto_paper.pdf

24. Ramez Shehadi & other , The Rise of Corporate Social Responsibility A Tool for Sustainable Development in the Middle East, *American University of Beirut*, 2013
25. Tracey Swift & Simon Zadek ,Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations,The Copenhagen Centre and institute of social and ethical accountability ,July 2002
26. Tracey Swift & Simon Zadek ,Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations,The Copenhagen Centre and institute of social and ethical accountability,July 2002.
27. UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Vienna, 2002
28. Ven van de, B. and Graaand, J.J.,Strategic and moral motivation for corporate social responsibility, MPRA Paper No. 20278, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/20278/>
29. World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005.
30. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. Meeting changing expectations: Corporate social responsibility,1999.

ثالثاً: المواقع الالكترونية

31. <http://carnegieendowment.org>
32. <http://www.bayt.com/ar/research-report-18062>
33. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de>
34. <http://www.cdsi.gov.sa>